

ساختار فضایی بازارهای اسلامی ایران، تبلور حریمیت در تعاملات اجتماعی زنان

اکرم خلیلی^۱، سیامک نیری فلاح^۲، آلیس صابرینا اسماعیل^۳

^۱ دانشجوی دکتری، دپارتمان معماری، دانشکده محیط مصنوع، دانشگاه یو تی ام، مالزی
kakram^۳@live.utm.my

^۲ دانشجوی دکتری، دپارتمان معماری، دانشکده محیط مصنوع، دانشگاه یو تی ام، مالزی
nsiyamak^۲@live.utm.my

^۳ استادیار، دپارتمان معماری، دانشکده محیط مصنوع، دانشگاه یو تی ام، مالزی
b-alice@utm.my

چکیده

بازارهای اسلامی علاوه بر نقش اقتصادی و سیاسی، در حمایت و ایجاد تعامل اجتماعی در شهر نیز تاثیر بسزایی داشته اند. این تاثیر مثبت نه تنها در رابطه با مردان که در مورد زنان نیز با در نظر گرفتن تمامی ارزش های اعتقادی و فرهنگی مربوط به آنان وجود داشته است. هدف اصلی این مطالعه بررسی جنبه های حریمیت زنان در ساختار فضایی بازار های اسلامی است. روش پژوهش با رویکرد کیفی، مطالعه موردی و روش جمع آوری اطلاعات مشاهده مستقیم و رفتاری نامحسوس و مصاحبه باز با زنان استفاده کننده از بازار بوده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که وجود جنبه های مختلف حریمیت در ساختار فضایی بازار یکی از عوامل اصلی تمایل و ترغیب زنان به حضور بیشتر در بازارهای اسلامی است.

واژه های کلیدی: بازارهای اسلامی ایران، تعاملات اجتماعی زنان، حریمیت، تفکر دینی.

Spatial Organization of Islamic- Iranian Bazaars, Symbol of Privacy in Women's Communal Life

Akram Khalili^{۱,۳}; Siyamak, Nayyeri Fallah^{۱,۲}; Alice Sabrina Ismail^۱

^۱Department of Architecture, Faculty of Built Environment, University Technology Malaysia, Skudai, Malaysia

^۲Department of Architecture, Nour Branch, Islamic Azad University, Nour, Iran

Abstract

Islamic Bazaars in addition to their economic and political roles have had vital impact on creating and supporting communal interactions among people. This positive impact not only in relation to men but on women through paying attention to their all religious-cultural values was brilliant. The main aim of this study is an investigation of privacy dimensions in the spatial organization of Islamic Iranian Bazaar in terms of women communal life. The methodology of this study based on qualitative approach is case study strategy and the selected case study is Isfahan Bazaar. The methods of data collection are direct and unobtrusive behavioral observation and semi-structure interview. The results of the study show existing multi-pronged privacy in the spatial organization of Islamic-Iranian Bazaar is one of the main reasons to shape women's communal life in this kind of spaces.

Keywords: Islamic-Iranian Bazaars, Women Communal Life, Privacy, Religious thought